

PAGRINDINIŲ TENDENCIJŲ TAIKYMAS MODERNIOJE RINKODAROJE

M 2.6

Kodėl mes čia šiandien / lūkesčiai

- Sužinokite, kokia prekės ženklo naudojimo nauda jūsų verslui
- Sužinokite, kas yra rinkodaros planas, supraskite, kaip tendencijos suteikia naujų idėjų ir galimybių.
- Išmokite el. rinkodarą ir socialinių tinklų rinkodarą kurti ir skleisti informaciją.
- Žiedinė ekonomika rinkodaroje, siekiant suprasti, kokios yra žiedinės galimybės, atskleisti tas galimybes,

Temų sąrašas

(kaip programoje/ teorinėje dalyje)

- ☐ Prekės ženklas
- ☐ Marketingo tendencijos
- ☐ E-rinkodara ir socialinių tinklų rinkodara
- ☐ Žiedinė ekonomika rinkodaros žymėjime žiedinėje ekonomikoje



Interpti

Mokymosi taškai

(kaip programoje/ teorinėje dalyje)

- ❖ Sužinokite apie prekės ženklą;
- ❖ Išmokti pagrindines rinkodaros tendencijas;
- ❖ Sužinok elektroninės rinkodaros ir socialinių tinklų rinkodaros svarbą
- ❖ Sužinokite apie žiedinę ekonomiką rinkodaros srityje.

S

Pagrindinės veiklos / užsiėmimo struktūra (teorinis, praktinis,...)

- Teorinės dalies pristatymas (45 min.)
- Trumpa diskusija ir komentarai šia tema (10 min.)
- **Pirma veikla**: „Kodėl toks svarbus prekės ženklas?“ (40 min. – darbas poromis))
- Pertrauka (10 min.)
- **Antra veikla**: “Kokios rinkodaros tendencijos?” (40 min – individualus darbas)
- **Trečias užsiėmimas**: “Elektroninė rinkodara ir socialinių tinklų rinkodara: kas tai yra ir kokia jų nauda?” (45 min. – individualus darbas)
- Pertrauka (10 min.)
- Klausimai ir baigiamasis užsiėmimas (25 min.)
- Įvertinimas (15 min.)

Ko tikėtės išmokti

(konkrečių rezultatų sąrašas)

- Naudoti šiuolaikines rinkodaros tendencijas ir komunikaciją bei žiedinę ekonomiką verslo plėtrai;
- Įtikinti pasirinktas verslo plėtros tendencijas;
- Geba apginti savo pasirinkimus naudojant šiuolaikines rinkodaros tendencijas ir komunikuojant žiedinę ekonomiką;

Teorinės dalies apžvalga

Šios sesijos tikslas – suprasti, kad pagrindinis organizacijos rinkodaros pastangų tikslas yra sukurti patenkinančius santykius su klientais, kurie būtų naudingi tiek klientui, tiek organizacijai. Šios pastangos skatina rinkodarą atlikti svarbų vaidmenį daugelyje organizacijų ir visuomenėje.

Dalyviai išmoks suburti modernią rinkodaros komandą ir išmoks reikiamų įgūdžių.

Ir vėl jie supras, kad prekės ženklo kūrimo tikslas rinkodaroje yra sukurti vartotojų pasitikėjimą ir sukurti lojalumą. Jų prekės ženklas ne tik suteiks galimybę pirkėjams juos prisiminti, bet ir sukurs jų verslo tapatybę bei išskirs juos iš konkurentų.

Prekės ženklas

Prekės ženklas yra:

„Tvirto, teigiamo įmonės suvokimo kūrimo procesas“

Veiksmingas prekės ženklo kūrimas padeda įmonėms išsiskirti iš savo konkurentus ir sukurti lojalių klientų bazę.



Šaltinio vaizdas: <https://www.tempimodernilavoro.com/it/la-strategia-di-employer-branding/>

Rinkodaros tendencijos

Rinkos tendencija yra viskas, kas keičia rinką, kurioje veikia jūsų įmonė.

Tai gali būti kažkas tokio plataus užmojo kaip dirbtinio intelekto technologija, nepastovus, kaip vartotojų pageidavimai, arba specifinės pramonės šakos, kaip naujos taisyklės.

Tiesą sakant, beveik neabejotina, kad šiuo metu jūsų verslą vienu metu veikia kelios rinkos tendencijos

E-rinkodara ir socialinių tinklų rinkodara

Rinkodara yra bendravimas vienas su daugeliu, o į rinką orientuota įmonė teikia pirmenybę rinkos žvalgybai ir stipriam klientų dėmesiui.



Prekės ženklai ir reklama yra esminiai rinkodaros srityje, o prekės ženklai yra galingi prasmės kanalai, prisidedantys prie klientų suvokimo apie save.

Šaltinio vaizdas: <https://www.xyllinesitservices.com/online-marketing-and-its-benefits/>

Žiedinė ekonomika rinkodaroje, žymėjimas žiedinėje ekonomikoje

Rinkodara žiedinėje ekonomikoje, kad sėkmingai informuotų ir šviestų vartotoją apie atsakingą ir tvarų vartojimą, turi:

- perteikti vartotojui naują įmonės tvarų požiūrį
- atsakingai daryti įtaką apsipirkimo patirčiai.

Stulpai, kurių reikia laikytis, yra šie:

- apsipirkimo patirtis, o ne produktas
- naujos virtualios prekybos erdvės vietoj fizinių prekybos vietų
- vertės mainai, o ne pati kaina
- vartotojų evangelizacija, o ne rinkoje siūlomo prekės ženklo ar produktų reklamavimas.

Pirmoji veikla

„Kodėl toks svarbus prekės ženklas?“

(40 min.) - Darbas poromis

- 1) Pedagogai padeda dalyviams sudaryti dviejų asmenų poras
- 2) Dalyviams buvo įteiktas priedas n. 2 (rašiklis, pieštukas, popierius, yra)
- 3) Prieš šią veiklą dalyviai turi išmokti „prekės ženklo“
- 4) Dalyviai turi priedą Nr. 2 prieš juos: poros darbas susideda iš formato užpildymo su aprašymu, ko reikalauja pratimo pavadinimas.
- 5) Dalyviai poromis, rengdami užduoties projektą, gali susidurti vienas su kitu.
- 6) galima naudoti kompiuterį nuorodų paieškoms (nurodyti užduotyje)
- 7) Dalyviai gali prašyti informacijos ir (arba) paaiškinimų iš referencinio mentoriaus
- 8) Užsiėmimo pabaigoje galėsite tęsti analizę nuoseklioje veikloje n. 2.

Antroji veikla

„Kokios yra rinkodaros tendencijos? (40 min.) – Savarankiškas darbas

- 1) - Dalyviams buvo įteiktas priedas Nr. 3 (rašiklis, pieštukas, popierius, yra)
- 2) - Prieš šią veiklą dalyviai turi būti susipažinę su „rinkodaros tendencijomis“
- 3) - Dalyviai turi priedą Nr. 3 prieš juos: individualų darbą sudaro formos užpildymas su aprašymu, ko reikalauja pratimo pavadinimas.
- 4) - Pedagogai ir mentoriai paaiškina dalyviams užduotį;
- 5) - Kompiuterį galima naudoti nuorodų paieškoms (nurodyti užduotyje)
- 6) - Dalyviai gali prašyti informacijos ir (arba) paaiškinimų iš referencinio mentoriaus
- 7) - Užsiėmimo pabaigoje galėsite tęsti analizę nuoseklioje veikloje n. 3.

Trečias užsiėmimas

**„E-rinkodara ir socialinių tinklų rinkodara: kas tai yra ir kokia jų nauda?
(45 mln.) – Savarankiškas darbas**

- 1) Dalyviams buvo pateiktas priedas Nr. 4 (rašiklis, pieštukas, popierius, yra)
- 2) Prieš šią veiklą dalyviai turi būti išmokę dalį „E-rinkodara ir socialinių tinklų rinkodara“
- 3) Dalyviai turi priedą Nr. 4 prieš juos: individualų darbą sudaro formos užpildymas su aprašymu, ko reikalauja pratimo pavadinimas.
- 4) Auklėtojai ir mentorai paaiškina dalyviams užduotį;
- 5) Kompiuterį galima naudoti nuorodų paieškoms (nurodyti užduotyje)
- 6) Dalyviai gali prašyti informacijos ir/ar paaiškinimų iš referencinio mentoriaus
- 7) Užsiėmimo pabaigoje gebėsite suprasti, kaip teisingai panaudoti elektroninę rinkodarą ir socialinių tinklų analizę savo verslo idėjoje

Ką pasiekėme šiandien: mūsų rezultatai

Šios sesijos pabaigoje dalyviai įgis:

- Žinios apie prekės ženklą;
- Dalyviai turėtų turėti galimybę rinkos elgseną versle ir įvertinti, kiek tai susiję su prekės ženklo kūrimu. Dalyviai turės galimybę išnagrinėti procesą kartu su dizaino, reklamos ir prekės ženklo kūrimo subtilybėmis;
- Žinios apie rinkodaros tendencijas ir visus elementus, iš kurių jis susideda.
- Dalyviai gebės atpažinti teisingą socialinių tinklų rinkodaros panaudojimą savo verslo idėjai ir jų pritaikymui.